

DOI: <https://doi.org/10.15407/bv2021.03.039>

УДК 021.4:004.946]:[001:316.77]

**Олена Яковенко,**

кандидат історичних наук,  
ORGID 0000-0002-7688-6173,  
старший науковий співробітник,  
Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського (м. Київ, Україна),  
просп. Голосіївський, 3, Київ, 03039, Україна  
e-mail: yakovenko@nbuv.gov.ua

**Леся Туровська,**

науковий співробітник,  
ORGID 0000-0002-0750-1794,  
Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського (м. Київ, Україна),  
просп. Голосіївський, 3, Київ, 03039, Україна  
e-mail: nankery@ukr.net

## **Популяризація електронних книжкових виставок у системі бібліотечних наукових комунікацій (на прикладі вітрин нових надходжень Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського)**

**Мета дослідження.** Представити об'єктивні дані бібліотечного маркетингового дослідження, проведеного у віртуальному середовищі у рамках відомчої теми Інституту бібліотекознавства НБУВ «Бібліотечно-інформаційний комплекс в умовах трансформації наукових комунікацій» та спрямованого на вивчення особистої зацікавленості віддалених користувачів у розширенні спектра виставкових електронних послуг у системі бібліотечних наукових комунікацій. **Методологічною основою дослідження** слугували: системний підхід, системно-структурний і порівняльний аналіз, синтез, маркетингова теорія та інноваційний менеджмент. **Наукова новизна дослідження** полягає в удосконаленні науково-методологічного підходу до популяризації електронних книжкових виставок у системі бібліотечних наукових комунікацій; уточненні понятійного апарату засобів бібліотечних наукових комунікацій з урахуванням змісту, специфіки електронних книжкових виставок як перспективного виду дистанційного сервісу; у виокремленні чинників, які впливають на формування затребуваності електронних книжкових виставок у системі бібліотечних наукових комунікацій; у визначенні засад популяризації електронних книжкових виставок, що дають змогу бібліотечним фахівцям оптимізувати форми й методи дистанційного обслуговування. **Висновки:** Аналіз ступеня задоволення інформаційних потреб користувачів під час використання ними електронних книжкових виставок дає змогу визначити доцільність їхнього експонування; спрогнозувати впровадження нових форм виставкового обслуговування на основі програмно-технологічного забезпечення з метою їхнього включення в науково-комунікаційний обіг електронного інформаційного простору. Проведене маркетингове дослідження допомагає фахівцям оперативно реагувати на зміни в пріоритетах споживачів інформації; вплива-

ти на вдосконалення ресурсної бази; знаходити шляхи оптимізації дистанційного сервісу; відстежувати доцільність уже наявних і необхідність упровадження нових форм обслуговування; генерувати пріоритетні напрями бібліотечно-інформаційної діяльності.

**К л ю ч о в і с л о в а:** електронні засоби наукових комунікацій, електронні книжкові виставки, електронні книжкові вітрини, віддалений користувач, дистанційний бібліотечний сервіс, бібліотечне маркетингове дослідження, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського.

**П**остановка проблеми. Бібліотечні електронні інформаційні ресурси, послуги, продукти та веб-сервіси дедалі більше перетворюються на важливий складник системи наукових комунікацій. Їх активне впровадження докорінно змінює традиційне уявлення про діяльність користувачів, основною рисою якої стають нові методи роботи з інформацією, орієнтовані на використання масивів електронних джерел. Розвиток різних форм, видів електронного інформаційного сервісу стимулює зростання активності користувачів. Це, своєю чергою, вимагає збалансованої бібліотечної політики стосовно оптимізації ресурсної бази обслуговування.

Чільне місце у сучасній системі наукових комунікацій посідають соціальні мережі як віртуальні майданчики консолідації суспільних угруповань, зокрема наукових співтовариств. Стосовно останніх наукова бібліотека виконує функції бібліотечно-інформаційного простору, де гуртується наукова спільнота.

Як науково-інформаційний центр Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського (далі – НБУВ) опікується не тільки накопиченням інформаційних ресурсів, а й створенням широкого спектра бібліотечних засобів наукових комунікацій, зміцненням віртуальних комунікаційних зв'язків з метою:

- презентації й популяризації власних електронних інформаційних ресурсів, послуг, продуктів та веб-сервісів;
- ефективного контактування з віддаленими користувачами;
- залучення нових користувачів, співтовариств до кола бібліотечного електронного читання;
- професійного спілкування у соціальних мережах;
- покращення іміджу бібліотеки;
- посилення конкурентоспроможності, збереження суспільного призначення бібліотечно-інформаційних установ.

Дистанційний сервіс надає необхідні умови для того, щоб бібліотечні електронні інформаційні ресурси, продукти, послуги були доступними, максимально затребуваними й корисними. Певною мірою це стосується й організації електронних бібліотечних книжкових виставок (далі – ЕБКВ), які публікуються на веб-порталі НБУВ (режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/taxonomy/term/903>) та водночас популяризуються в соціальних мережах.

**Аналіз попередніх публікацій.** Упродовж останнього десятиріччя питання розповсюдження бібліотечних електронних інформаційних ресурсів, продуктів і послуг каналами соціальних комунікацій досліджували вітчизняні бібліотекознавці Т. Коваль, І. Смоляр, Л. Туровська, Л. Чуприна, Н. Каліберда, О. Ясінська, О. Півнюк [6; 7; 11].

Проблеми використання національними бібліотеками соціальних мереж для представлення власних електронних інформаційних ресурсів, послуг та продуктів висвітлюються у працях О. Ісаєнка, І. Белоус, Г. Булахової, Т. Гранчак [1; 2; 3; 5].

О. Мар'їна розглядає соціальні мережі як інструменти бібліотечного маркетингу, що сприяють популяризації бібліотечних новин, стимулюють просування бібліотечних електронних інформаційних ресурсів, продуктів, послуг, веб-сервісів; анонсують маркетингові заходи, проекти, програми; слугують засобами реклами та PR-технологій для книгозбірень; виступають «креативним» доповненням основних веб-сайтів бібліотек [8].

Мультимедійним аспектам бібліотечно-інформаційного обслуговування присвячені дослідження О. Малиновського, А. Ржеуського, Н. Веретеннікової, Н. Кунанець. Саме вони сформулювали поняття «сервіс-орієнтована бібліотечна система» як комплекс технологій, спрямованих на задоволення потреб користувачів, створення якісного інформаційно-технологічного середовища бібліотеки, в якому послуги користувачеві надаються у максимально зручному режимі [9].

Бібліотекознавчі дослідження свідчать, що в умовах інформаційного суспільства увага фахівців зосереджується не тільки на пріоритетних стратегіях розвитку бібліотек, а й на питаннях посилення їхньої ролі як веб-порталів із широким інформаційним доступом, активним використанням інформаційно-комунікаційних технологій, упровадженням системи наукових комунікацій, продукуванням електронних ресурсів, продуктів, послуг і просуванням їх у соціальних мережах.

**Мета** статті – представити результати проведеного у віртуальному середовищі у рамках відомчої теми Інституту бібліотекознавства НБУВ «Бібліотечно-інформаційний комплекс в умовах трансформації наукових комунікацій» бібліотечного маркетингового дослідження, що було спрямоване на вивчення чинника особистої заінтересованості віддалених користувачів у розширенні спектра виставкових електронних послуг у системі бібліотечних наукових комунікацій.

**Результати дослідження.** Відправною точкою дослідження стали суперечності між зростаючими інформаційними потребами віддалених користувачів та продукуванням з боку наукової бібліотеки нової інформації, зокрема у вигляді ЕБКВ.

У лютому 2020 р. один із провідних структурних підрозділів НБУВ – відділ комплексного бібліотечного обслуговування – розробив нову форму організації ЕБКВ у вигляді електронних книжкових вітрин нових надходжень (далі – ЕКВНН) до фонду НБУВ. З лютого по грудень 2020 р. на бібліотечному веб-порталі НБУВ було опубліковано 10 таких вітрин з експонуванням 134 електронних образів документів (<http://www.irbis-nbuv.gov.ua/archive-new-book>).

З метою визначення затребуваності нового бібліотечного електронного інформаційного продукту нами було проведено анонімне локальне маркетингове дослідження на базі соціальної мережі Facebook. Важливим його складником стало інтерактивне опитування віддалених користувачів ЕКВНН до фонду НБУВ, яке тривало упродовж вересня–листопада 2020 р.

З широкої палітри наявних соціальних інтернет-мереж (Twitter, Instagram, Telegram, LinkedIn, Ukrainian Scientists Worldwide) ми обрали саме Facebook, оскільки ця віртуальна спільнота є найбільш популярною в Україні і світі. За результатами дослідження одного з провідних світових статистичних порталів Statista.com, наразі користувачами Facebook зареєстровано 19 млн українців [10].

На Facebook широко представлені й активно взаємодіють мережеві групи читачів НБУВ, які впевнені, що саме тут є всі можливості позитивного соціального спілкування, швидкого отримання необхідної інформації, висловлення особистої думки. З іншого боку, для бібліотечних фахівців наявність бібліотечної сторінки в соціальній мережі – це гарантія встановити неформальний контакт із користувачами, подолати існуючі бар'єри спілкування, запропонувати корисну інформацію, знайти нових потенційних користувачів.

Варто зазначити, що, на відміну від підтримки офіційного веб-сайта установи, забезпечення представництва бібліотеки у соціальних мережах не вимагає якоїсь особливої підготовки, воно є відносно легким і може здійснюватися у доволі неформальному вигляді. На своїх сторінках у соціальних мережах бібліотеки розміщують анонси подій, організують онлайн-трансляції, публікують прес-релізи власних заходів, рекламують нові надходження, повідомляють про нові послуги, зустрічі, цікаві факти.

Працівники НБУВ, долучені до популяризації бібліотечних електронних інформаційних ресурсів, продуктів і послуг на Facebook, виступають виконавцями докорінно нових функціональних обов'язків: інформаційних брокерів, модераторів, маркетологів, експертів.

Така діяльність передбачає:

- організацію широкого публічного перегляду бібліотечних електронних інформаційних ресурсів, продуктів і послуг на бібліотечному веб-порталі (у нашому випадку – перегляду ЕКВНН, режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/new-books/>);
- розширення кола користувачів у спільнотах прихильників бібліотеки у соціальних мережах, блогах, соціальних медіа (у нашому випадку – на сторінці офіційного мережевого співтовариства НБУВ на сайті соціальної мережі Facebook, режим доступу: <https://www.facebook.com/Vernadsky.Library/?fr>);
- забезпечення надходження повідомлень про нові бібліотечно-інформаційні електронні ресурси, продукти й послуги до віддалених користувачів за допомогою електронних скриньок, у вигляді message-повідомлень, рекламних розміщень тощо;
- здійснення посередництва, тобто дистанційного інформаційно-бібліографічного консультування віддалених користувачів щодо використання того чи іншого бібліотечного електронного ресурсу, продукту, послуги.

У рамках нашого дослідження інтерактивний зв'язок між бібліотечними маркетологами-опитувачами та віддаленими користувачами на Facebook відбувався з використанням Google Forms – зручного інструменту, за допомогою якого респонденти долучалися до короткого обговорення, висловлення особистих точок

зору, звужених до фокусу опитування. Спеціально розроблена анкета містила запитання стосовно читацького використання ЕКВНН до фонду НБУВ, ступеня задоволеності результатами перегляду. Програмно-технологічний рівень Google Forms надав можливість отримувати вихідні форми зі статистичними розподілами записів за значенням конкретного елемента, неодноразово звертатися до отриманих даних, порівнювати різні характеристики в зазначених аспектах, відслідковувати професійний склад, вік, стать користувачів, динаміку їхніх інформаційних потреб.

Користувачам пропонувалося відповісти на такі питання:

1. Чим є для вас корисною інформація з ЕКВНН до фонду НБУВ?
2. Чи подобається вам дизайн та оформлення ЕКВНН до фонду НБУВ?
3. Сформулюйте, будь ласка, свої побажання, поради або зауваження щодо організації ЕКВНН до фонду НБУВ.
4. Повідомте, будь ласка, свій вік, стать, освіту, професію.

Відповідаючи на перше питання «Чим є для вас корисною інформація з вітрин нових надходжень до фонду НБУВ?», переважна більшість респондентів позитивно оцінила зміст електронних книжкових виставок. Серед відповідей (зберігаючи оригінальну орфографію і стиль викладу) виокремимо такі:

- виставки презентують змістовний інформаційний матеріал;
- дають змогу оперативно ознайомлюватися з науково-популярними виданнями, рідкісними книгами, яких немає у продажу, бути в курсі усіх новинок наукового книжкового світу;
- створюють умови оперативного перегляду як нових надходжень до фонду НБУВ, так і архіву книжкових виставок;
- розширюють горизонти інформаційного пошуку, дають змогу скомпонувати власний довідково-пошуковий апарат, відразу переходити до електронного каталогу бібліотеки, отримувати шифри видань;
- допомагають у навчанні, самоосвіті, власній поінформованості, сприяють особистісному розвитку, покращують підготовку до іспитів;
- стимулюють колективне онлайн-обговорювання видань у колі колег;
- забезпечують миттєве отримання інформації поза межами бібліотеки, істотно заощаджують час при пошуку видань;
- надають можливість отримати електронний образ книг, які наразі неможливо отримати в приміщенні бібліотеки, допомагають в умовах карантину підтримувати зв'язок із НБУВ;
- слугують наочним прикладом перетворення книгозбірні з традиційної у електронну, завдяки чому дистанційні користувачі залишаються читачами бібліотеки.

За висловом одного з респондентів – «цінність виставок у тому, що вони розроблені саме бібліотекою, тож їм довіряєш». Водночас один із опитаних користувачів висловив негативне ставлення до виставок, хоча й не пояснив причини. Інший зауважив, що хоча інформація й корисна, але вона має універсальний характер, тому її «важко використати у своїй конкретній роботі».

Аналіз отриманих відповідей на друге питання анкети «Чи подобається вам дизайн та оформлення вітрин нових надходжень до фонду НБУВ?» показав, що переважна більшість респондентів схвально оцінила дизайн електронних книжкових вітрин і подякувала співробітникам НБУВ за їхню працю. Серед висловлювань користувачів: «на мій погляд: естетично й нічого зайвого», «вдало обраний фон: спокійний, пастельний, очі не втомлюються», «відчувається професіоналізм організаторів». Респонденти відмітили витриманість оформлення; сучасність, привабливість, креативність, ненав'язливість дизайну; зручний, дружній інтерфейс; доступність, інформативність, ілюстративність матеріалу. Їм сподобалося, що виставку можна завантажити у PDF-форматі й працювати з нею оффлайн; відсутність реклами, яка зазвичай відволікає від перегляду. Лише один респондент негативно оцінив дизайн, хоча свою позицію не пояснив.

Відповідаючи на третє питання анкети «Сформулюйте, будь ласка, свої побажання, поради або зауваження щодо організації вітрин нових надходжень до фонду НБУВ», респонденти висловилися за продовження цієї роботи, її корисність. Одному респонденту було складно відповісти на це запитання, вельми рідко – висловили подяку, не маючи зауважень.

Респонденти внесли низку пропозицій щодо оптимізації ЕКВНН, а саме:

- змінити назву «вітрина» (нагадує магазин) на «експозиція»;
- розмішувати документи за тематичними розділами, подавати розширені анотації, додавати фото змісту, альтернативні варіанти цих видань (аудіокниги, електронні варіанти документів);
- надавати можливість бачити більше надходжень сучасної художньої літератури, журналів, проглядати уривки з книг для ознайомлення, робити презентації нових документів;
- налагодити систематичне експонування, збільшити кількість представлених нових надходжень документів до фонду НБУВ;
- більше рекламувати такі виставки серед користувачів.

Серед недоліків ЕКВНН респонденти відмітили: не дуже зручний пошук самої виставки; недостатнє оновлення виставкового матеріалу; відсутність повних електронних текстів видань.

Користувачі висловились за подальший розвиток цієї дистанційної форми обслуговування, надання більш повної інформації, за оперативність організації, щоб виставки й надалі були «доповненням роботи бібліотеки».

Відповіді респондентів на четверте питання уможливили здійснення статистичного аналізу користувачів ЕКВНН до фонду НБУВ за такими параметрами як вік, стать, освіта, професія.

За підсумками опитування, більшість респондентів, котрі зверталися до ЕКВНН, становили користувачі від 25 до 50 років – 56,4 % та молодь від 18 до 24 років – 25,6 %. Це цілком зрозуміло, адже за даними дослідження «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 р.», проведеного на замовлення USAID-INTERNEWS, основним джерелом інформації, особливо для молоді, стає Інтернет [4].

Ефективне використання та популяризація електронного інформаційного потенціалу бібліотеки напряму залежать від підготовки користувачів до самостійної роботи з електронними ресурсами та рівня їхньої інформаційної культури. Хоча переважна більшість користувачів вже володіє навичками роботи з комп'ютерною технікою, ЕК, БД, незначна їхня частина все ще націлена на вивчення можливостей бібліотечної електронної інформаційно-пошукової системи. Задля забезпечення більш ефективного використання пошукових можливостей ЕК, БД одним із важливих напрямів розвитку сервісної роботи наукової бібліотеки є розроблення комплексу заходів, спрямованих на підготовку користувачів до самостійної роботи шляхом формування у них навичок правильного формулювання пошукового запиту, умінь вести інформаційний пошук із використанням різних параметрів, орієнтуватися в електронному середовищі бібліотеки задля забезпечення ефективного використання всіх її ресурсів.

Значна кількість віддалених користувачів має відповідну інформаційну підготовку, яка надає їм можливість активно використовувати переваги електронного перегляду. Однак існують деякі вікові особливості використання електронної інформації. Так, користувачі старші 55 років є менш адаптивними до сучасного інформаційного середовища і не завжди мають достатньо навичок для самостійної роботи з електронною інформацією. І не випадково з-поміж респондентів нашого дослідження їх виявилось 18 % від загальної кількості респондентів.

Група користувачів від 25 до 45 років навпаки досить успішно освоює і активно використовує ЕКВНН. Адже вони зазвичай не тільки володіють навичками користування комп'ютерною технікою та мережевими сервісами, а й мають чіткі уявлення щодо сутності питання, за яким здійснюють перегляд, уміють формулювати свої пошукові запити, працювати з аналітичною інформацією.

Користувачі віком від 18 до 24 років найбільш схильні до роботи з електронними ресурсами, проте не віддають ЕКВНН абсолютної переваги, адже вони, особливо студенти вишів, націлені на отримання готової до використання інформації. Молодь частіше звертається до ресурсів Інтернету у пошуках готового реферату чи повнотекстового документа, і лише потім використовує інформацію з електронних виставок.

Згідно зі статистичними показниками дослідження, за статтю переважали жінки – 64 %, чоловіків-респондентів було 36 %. Цей показник засвідчує загальну тенденцію до превалювання жінок при користуванні бібліотекою.

Проведений у рамках дослідження аналіз за соціально-професійними характеристиками засвідчив, що у складі респондентів ЕКВНН переважали спеціалісти з вищою освітою – 72 %, студенти вишів – 28 %. За фаховою спрямованістю найчисельнішу групу становили фахівці гуманітарного профілю – педагоги, історики, працівники культури, філологи, економісти, юристи, соціологи, журналісти, мистецтвознавці, політологи, психологи. Серед фахівців природничо-технічного профілю, які звернулися до ЕКВНН, – медики, біологи, географи. Співвідношення фахівців гуманітарного та природничо-технічного профілю становить 89,8 % і 10,2 % відповідно.

Результативність використання ЕКВНН до фонду НБУВ має позитивну динаміку, більшість користувачів залишилася задоволеною результатами пошуку інформації, її змістовністю, актуальністю, дизайном і оформленням вітрин (69,4 %), серед частково задоволених – 25,6 % респондентів, незадоволених лише двоє (5 % від загальної кількості користувачів), хоча вони й не надали роз'яснень стосовно своїх відповідей.

Респонденти висловили вдячність співробітникам бібліотеки за організацію ЕКВНН до фонду НБУВ: 43,5 % анкет наприкінці містили побажання успіхів і усього найкращого.

Отримані результати дослідження дали можливість сформулювати пріоритетні завдання щодо підвищення ефективності організації ЕКВНН. Серед них:

- розширення репертуару повнотекстових документів в електронній бібліотеці НБУВ;
- підвищення інформаційної культури користувачів шляхом проведення відповідних комплексних заходів, зокрема представлення інтерактивних методичних матеріалів на веб-порталі НБУВ;
- систематичне інформування користувачів про нові виставки;
- посилення професіоналізму бібліотечних працівників.

Проводячи маркетингове дослідження у мережевому співтоваристві, ми намагалися виступити не тільки спостерігачами, а й дієвими провідниками того, щоб ЕКВНН до фонду НБУВ як електронний інформаційний бібліотечний продукт, занурений у середину віртуальних комунікаційних структур, «поставляв» науковій бібліотеці своїх, постійних і повною мірою заінтересованих, віддалених користувачів.

Аналіз відповідей респондентів дав змогу побачити й оцінити роботу з організації ЕКВНН до фонду НБУВ саме очима віддалених користувачів, що зумовлює прискорене реагування з боку НБУВ стосовно висловлених пропозицій.

Ще один позитивний момент, на який вказали респонденти. Він пов'язаний з антидеприваційною функцією наукової бібліотеки, тобто наданням інформації цілодобово й безкоштовно. На відміну від суто комерційних центрів, бібліотека у такий спосіб долає інформаційну нерівність, не допускає розшарування людей за ступенем доступу до інформації, залишається соціальним інститутом, який надає рівні можливості усім бажаючим.

**Висновки.** Проведення бібліотечних маркетингових досліджень, спрямованих на вивчення динаміки інформаційних потреб віддалених користувачів та піднесення ефективності використання електронних інформаційних ресурсів, продуктів, послуг – необхідний компонент системи бібліотечних наукових комунікацій. Отримані результати, висловлені рекомендації дають можливість оперативно реагувати на зміни у пріоритетах споживачів інформації; вдосконалювати ресурсну базу; знаходити шляхи оптимізації дистанційного сервісу; відстежувати доцільність уже наявних і необхідність упровадження нових форм обслуговування; генерувати пріоритетні напрями бібліотечно-інформаційної діяльності.



Аналіз задоволеності інформаційних потреб користувачів під час використання ними ЕКВНН до фонду НБУВ дає можливість отримати чітке уявлення про стан і проблеми організації електронних книжкових виставок; визначити доцільність їхнього експонування; прогнозувати впровадження нових форм виставкового обслуговування на основі програмно-технологічного забезпечення з метою їхнього включення в науково-комунікаційний обіг електронного інформаційного простору.

Дослідження довело, що, використовуючи соціальні мережі, бібліотека спроможна як просувати власні електронні інформаційні ресурси, продукти, послуги, так і позиціонувати себе сучасним науково-інформаційним комплексом, який надає право кожному на безкоштовне використання потрібної інформації і з інших, позабібліотечних, ресурсних баз.

Загалом дослідження засвідчило, що організація електронних книжкових виставок як різновиду електронних бібліотечно-інформаційних продуктів, як дієвого засобу наукових комунікацій є перспективним напрямом стратегії розвитку бібліотечної діяльності. Напрямом, який сприятиме подальшому зростанню комунікаційних зв'язків у соціальних мережах; об'єднанню людей у спільноти за інтересами (зокрема – науковими та освітніми). Напрямом, який відкриватиме нові можливості щодо вивчення взаємодії людей і організацій (зокрема – НБУВ та її користувачів), максимально повного задоволення потреб дистанційних цільових спільнот шляхом введення в електронний обіг великих масивів інформації.

### Список бібліографічних посилань

1. Белоус І. О. Соціологічні дослідження бібліотеки – важлива складова моніторингу інформаційних потреб користувачів. *Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства*. Матеріали П'ятої міжнародної науково-практичної конференції. Львів, 2013. С. 176–182.
2. Булахова Г. І. Рекламна стратегія просування продуктів і послуг бібліотек у соціальній мережі Facebook. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2016. Вип. 43. С. 331–345.
3. Гранчак Т. Ю. Використання національними бібліотеками соцмереж для представлення бібліотечних продуктів і послуг. *Бібліотечний вісник*. 2016. № 1. С. 18–29.
4. Інтернет стає основним джерелом інформації. Результати дослідження «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 році», проведеного на замовлення USAID-INTERNEWS. URL: <https://pon.org.ua/novyny/7400-internet-staye-osnovnim-dzherelom-nfor-macyi-rezultati-dosldzhennya.html>
5. Ісаєнко О. О. Вивчення пріоритетів користувачів електронних науково-інформаційних ресурсів НБУВ: результати експрес-дослідження. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2008. Вип. 20. С. 100–111.
6. Каліберда Н. Ю., Ясінська О. А., Півнюк О. В. Електронні інформаційні ресурси в системі бібліотечно-інформаційного обслуговування наукової бібліотеки. *Бібліотечний вісник*. 2016. № 6. С. 21–28.
7. Коваль Т. М., Смоляр І. Е., Туровська Л. О. Популяризація електронних книжкових виставок НБУВ у соціальних мережах. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2015. Вип. 42. С. 52–61.
8. Мар'їна О. Ю. Бібліотеки та соціальні медіа: технологія взаємодії. *Вісник Книжкової палати*. 2012. № 8. С. 19–21.

9. Малиновський О. Б., Ржеуський А. В., Веретеннікова Н. В., Кунанець Н. Е. Мультимедійні ресурси в інформаційному обслуговуванні користувачів бібліотек. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2015. № 4. С. 35–44.

10. Найпопулярніші соціальні мережі в Україні та країнах світу у 2020 році за результатами дослідження одного з провідних світових статистичних порталів Statista.com. URL: <https://uaspectr.com/2020/06/23/najpopulyarnishi-sotsialni-merezhi-v-ukrayini-ta-krayinah-svitu-2020/>

11. Чуприна Л. А. Оперативна інформація в соціальних мережах: особливості обігу та використання бібліотеками. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2012. Вип. 33. С. 507–523.

## References

1. Bielous, I. O. (2013). Sotsiologichni doslidzhennia biblioteki - vazhlyva skladova monitorynhu informatsiinykh potreb korystuvachiv [Sociological research of the library as an important component of monitoring the information needs of users]. *Modern problems of library activity in the conditions of information society*. Proceedings of the Fifth International Scientific and Practical Conference. (Pp. 176-182). Lviv, Ukraine. [In Ukrainian].

2. Bulakhova, H. I. (2016). Reklamna stratehiia prosuvannia produktiv i posluh bibliotek u sotsialnii merezhi Facebook [Advertising strategy to promote library products and services on the social network Facebook.]. *Naukovi Pratsi Natsionalnoi Biblioteki Ukrainy im. V. I. Vernadskoho*, 43, 331-345. [In Ukrainian].

3. Hranchak, T. Yu. (2016). Vykorystannia natsionalnymy bibliotekamy sotsmerezh dlia predstavlennia biblioteknykh produktiv i posluh [Use of social networks by national libraries to present library products and services]. *Biblioteknyi Visnyk*, 1, 18-29. [In Ukrainian].

4. (2021). Internet stae osnovnym dzherelom informatsii. Rezultaty doslidzhennia "Stavlennia nase-lennia do ZMI ta spozhyvannia riznykh typiv media u 2019 rotsi", provedenoho na zamovlennia USAID-INTERNEWS [The Internet is becoming the main source of information. The results of the study "Attitude of the population to the media and consumption of different types of media in 2019", commissioned by USAID-INTERNEWS]. Retrieved from <https://pon.org.ua/novyny/7400-internet-staye-osnovnim-dzherelom-nformacyi-rezultati-doslidzhennya.html> [In Ukrainian].

5. Isaienko, O. O. (2008). Vychennia priorytetiv korystuvachiv elektronnykh naukovo-informatsiinykh resursiv NBUV: rezultaty ekspres-doslidzhennia [Study of priorities of users of electronic scientific and information resources of VNLU: results of express research]. *Naukovi Pratsi Natsionalnoi Biblioteki Ukrainy im. V. I. Vernadskoho*, 20, 100-111. [In Ukrainian].

6. Kaliberda, N. Yu., Yasinska, O. A. & Pivniuk, O. V. (2016). Elektroni informatsiini resursy v systemi bibliotekno-informatsiinoho obsluhovuvannia naukovoї biblioteki [Electronic information resources in the system of library and information services of the scientific library]. *Biblioteknyi Visnyk*, 6, 21-28. [In Ukrainian].

7. Koval, T. M., Smoliar, I. E. & Turovska, L. O. (2015). Populiaryzatsiia elektronnykh knyzhkovykh vystavok NBUV u sotsialnykh merezhakh [Promotion of electronic book exhibitions of VNLU in social networks.]. *Naukovi Pratsi Natsionalnoi Biblioteki Ukrainy im. V. I. Vernadskoho*, 42, 52-61. [In Ukrainian].

8. Marina, O. Yu. (2012). Biblioteki ta sotsialni media: tekhnolohiia vzaïemodii [Libraries and social media: technology of interaction.]. *Visnyk Knyzhkovoї Palaty*, 8, 19-21. [In Ukrainian].

9. Malynovskyi, O. B., Rzhеuskyi, A. V., Veretennikova, N. V. & Kunanets, N. E. (2015). Multymediini resursy v informatsiinomu obsluhovuvanni korystuvachiv bibliotek [Multimedia resources in information service of library users]. *Bibliotekoznavstvo. Dokumentoznavstvo. Informolohiia*, 4, 35-44. [In Ukrainian].

10. (2021). Naipopuliarnishi sotsialni merezhi v Ukraini ta krainakh svitu u 2020 rotsi za rezultatamy doslidzhennia odnogo z providnykh svitovykh statystychnykh portaliv Statista.com [The most popular social networks in Ukraine and the world in 2020 according to a study by one of the world's leading statistical portals Statista.com]. Retrieved from <https://uaspectr.com/2020/06/23/najpopulyarnishi-sotsialni-merezhi-v-ukrayini-ta-krayinah-svitu-2020> [In Ukrainian].

11. Chupryna, L. A. (2012). Operatyvna informatsiia v sotsialnykh merezhakh: osoblyvosti obihu ta vykorystannia bibliotekamy [Operational information in social networks: features of circulation and use by libraries]. *Naukovi Pratsi Natsionalnoi Biblioteky Ukrainy im. V. I. Vernadskoho*, 33, 507-523. [In Ukrainian].

**Olena Yakovenko,**

Candidate of Historical Sciences, Senior researcher,  
ORCID 0000-0002-7688-6173,  
Vernadsky National Library of Ukraine (Kyiv, Ukraine)

**Lesia Turovska,**

Researcher,  
ORCID 0000-0002-0750-1794,  
Vernadsky National Library of Ukraine (Kyiv, Ukraine)

**POPULARIZATION OF DIGITAL BOOK EXHIBITIONS IN THE SYSTEM OF LIBRARY SCIENTIFIC COMMUNICATIONS  
(ON THE EXAMPLE OF SHOWCASES OF NEW ARRIVALS TO THE  
V. I. VERNADSKYI NATIONAL LIBRARY OF UKRAINE FUND)**

**Aim of the research** is to present the library marketing research data, conducted digitally within the departmental topic of the Institute of Library Science of VNLU «Library and Information Complex in the Transformation of Scientific Communications», targeted on studying personal interest of online users in expansion of exhibited digital services in the system of library scientific communications. **The methodological basis implemented in the study** is systems approach, systemic-structural analysis and synthesis, comparative analysis, marketing theory and innovation management. **Scientific novelty** is the improvement of the scientific and methodological approach to the digital book exhibitions promotion in the system of library scientific communications, determination of the conceptual and categorical apparatus of library scientific communications, taking into account the content and specifics of digital book exhibitions as a promising type of remote service. The authors have further developed a methodical approach to the choice of factors influencing the formation of demand of digital book exhibitions in the system of library scientific communications; applied principles of popularization of digital book exhibitions that allow librarians to optimize the forms and methods of remote service. **The results of the research.** The analysis of satisfaction level of users' information needs during their use of digital book exhibitions provided an opportunity to track the feasibility of their exposure; to predict the introduction of new forms of exhibition services based on the software and technology for their inclusion in the scientific and communication circulation of digital information space. Based on the results and relevant recommendations, the conducted research provides an opportunity to respond quickly to changes suitable for information users; to influence the improvement of the resource base; to find ways of remote service optimization; to monitor the feasibility of existing and the necessary new service forms; to generate priority areas of library and information activities.

**Keywords:** digital means of science communications, digital book exhibitions, digital book showcases, remote user, remote library services, library market research, Vernadsky National Library of Ukraine.

Vernadsky National Library of Ukraine  
3, Holosiivskyi ave., Kyiv, 03039, Ukraine  
e-mail: yakovenko@nbuv.gov.ua  
e-mail: nankepy@ukr.net

Стаття надійшла до редакції 27.05.2021 р.